

2014-2019年中国高端矿泉 水市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国高端矿泉水市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1407/R91894LRNW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-07-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国高端矿泉水市场深度调研与投资前景研究报告》共九章，报告指出：未来随着我国经济的进一步发展，国民生活水平将更上一个台阶，人民必将更加重视饮水质量；加之国家对于饮水健康问题等出台的一系列利好政策，可以预见我国高端矿泉水市场在接下来几年的走势将会持续向好，预计2018年我国矿泉水零售量有望突破140万吨，零售额将达到250亿元左右。这对于欲进军高端矿泉水市场的相关企业无疑是一个良好的契机。

矿泉水是从地下深处自然涌出的或经人工揭露的、未受污染的地下矿水；含有一定量的矿物盐、微量元素或二氧化碳气体；在通常情况下，其化学成分、流量、水温等动态在天然波动范围内的相对稳定。简而言之，矿泉水是含有溶解的矿物质或较多气体的水，含有国家标准规定的矿物质及限定指标。

瓶装饮用水作为现代饮品在中国兴起，是从饮用矿泉水开始的，至今媒体宣传和人们口头上仍然习惯地把所有瓶装饮用水统称为矿泉水。中国的瓶装矿泉水市场按平均零售价可分为两大板块：高端瓶装矿泉水及大众市场瓶装矿泉水。据欧睿的定义，高端瓶装矿泉水的特性是拥有高端品牌形象，而零售价一般不低于每瓶500毫升人民币5元。

近年来，我国水质环境不容乐观，多起水污染事件频频爆发，使得人民越来越重视饮水安全问题，而这也恰好刺激了人民对于高端矿泉水的需求。统计数据表明：中国矿泉水在饮用水中的市场份额呈现逐步上升态势。2012年，中国矿泉水市场零售额达到173亿元，同比增长达19.79%。2013年全年矿泉水市场零售规模突破200亿元，增幅稳定在20%左右。

近几年来，中国高端矿泉水在整个矿泉水市场中所占份额逐步增大。2013年中国高端瓶装矿泉水市场零售量约59万吨，增速达22.9%；与此相对应，2013年中国高端瓶装矿泉水的零售额突破100亿元，增速维持高位。

目录

第一章 矿泉水产业相关概述 10

第一节 矿泉水基础阐述 10

一、矿泉水简介 10

二、矿泉水的类型 10

三、矿泉水的特点 11

四、矿物质水和矿泉水的区别 12

五、矿泉水适应人群及范围 12

第二节 矿泉水资源开发 13

- 一、中国矿泉水资源开发利用状况 13
- 二、广州矿泉水开采存在的主要问题 14
- 三、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究 15
- 四、北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况分析 17
- 五、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 19
- 六、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机 23

第二章 2013-2014年中国高端矿泉水行业发展环境分析 25

第一节 2013-2014年中国宏观经济环境分析 25

- 一、中国GDP增长情况分析 25
- 二、社会固定资产投资分析 26
- 三、全社会消费品零售总额 27
- 四、居民消费价格变化分析 29

第二节 中国高端矿泉水产业政策环境分析 30

- 一、国外饮用水水质标准介绍 30
 - (一)《美国饮用水水质标准》 30
 - (二)《欧盟饮用水水质指令》 38
- 二、中国矿泉水市场监管法规 41
- 三、包装饮用水行业自律公约 42
- 四、《食品安全国家标准包装饮用水 征求意见稿》 42
- 五、城市饮用水水源地环境保护规划 42
- 六、《饮用天然矿泉水国家标准》 43
- 七、中国高端水行业规范 44

第三节 2013-2014年中国高端矿泉水社会环境分析 45

- 一、中国人口及结构情况 45
- 二、城乡居民收入增长分析 46
- 三、中国水污染及防治情况 48
- 四、中国包装饮用水生产情况 49
- 五、中国人均矿泉水消费情况 49

第三章 2010-2014年中国矿泉水产业运行形势分析 51

第一节 2012-2014年中国矿泉水产业发展综述 51

一、瓶装饮用水行业发展概况 51

二、矿泉水市场产品发展特点 52

三、中国矿泉水市场规模分析 53

四、中国矿泉水行业品牌份额 54

第二节 2010-2014年矿泉水所属行业规模情况分析 55

一、企业规模情况分析 55

二、资产规模状况分析 56

三、销售规模状况分析 57

四、利润规模增长分析 58

五、行业偿债能力分析 59

六、行业盈利能力分析 59

七、行业运营能力分析 61

第三节 2012-2013年中国高端矿泉水产业运行概况 63

一、2013年朝鲜高端矿泉水进军青岛市场 63

二、上海高端瓶装水展览会展出天价矿泉水 63

三、绥阳引资3亿元开发高端矿泉水 64

第四节 中国高端矿泉水企业运行策略分析 64

一、矿泉水企业发展高端矿泉水优势分析 64

二、西藏5100中铁供水策略及份额分析 65

三、西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动） 65

第五节 中国高端矿泉水市场核心竞争力分析 66

一、品牌形象 66

二、产品品质 67

三、营销渠道 68

第四章 2012-2013年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究 70

第一节 中国高端水市场现状分析 70

一、高端水的划分层次 70

二、主要高端水品牌分析 70

三、主要品牌价格对比 71

四、国内品牌进入状况 72

第二节 中国高端水消费者调查结果 72

一、消费者属性分析 72

二、消费目的（心理）分析 73

三、消费者品牌选择影响因素分析 74

四、消费者品牌获取途径分析 75

五、消费者购买场所统计 75

六、消费者品牌认识情况调查 76

（一）高端矿泉水品牌认识情况调查 76

（二）高端矿泉水消费者认识程度分析 76

（三）高端矿泉水消费者购买情况调查 77

（四）高端矿泉水消费者价格认知分析 78

第三节 高端水市场存在的问题分析 78

一、“依云”品牌多次卷入质量风波 78

二、高端水行业标准的缺失 79

三、依云带来“高端水”市场的启示与反思 79

第五章 2012-2014年中国高端矿泉水市场运行走势分析 82

第一节 2012-2013年中国高端矿泉水市场深度剖析 82

一、中国高端矿泉水零售数量分析 82

二、中国高端矿泉水零售金额分析 82

三、中国高端矿泉水市场现状分析 83

四、中国矿泉水市场迎来高端时代 83

第二节 2012-2014年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析 84

一、矿泉水高端市场品牌竞争格局 84

二、中国高端矿泉水市场竞争现状 85

三、加多宝进军高端矿泉水领域 86

四、洛斯巴赫进军中国高端水市场 86

五、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌 86

六、2014年高端矿泉水市场新品牌吹响号角 87

（一）“气质”矿泉水 87

（二）出口矿泉水-恒大冰泉 87

第六章 国内外高端矿泉水品牌分析 89

第一节 依云矿泉水 89

一、依云天然矿泉水介绍 89

二、依云品牌战略成功因素分析 90

三、依云推出特别版纪念瓶 90

第二节 西藏冰川5100 91

一、西藏冰川5100矿泉水介绍 91

二、西藏冰川5100矿泉水产品特点 91

三、西藏冰川5100矿泉水销售情况 93

四、西藏冰川5100创新全物流体系 94

五、5100创新水卡策略分析 94

六、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略 94

第三节 昆仑山矿泉水 95

一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍 95

二、昆仑山天然矿泉水产品特点 95

三、昆仑山荣誉获取情况分析 95

四、昆仑山矿泉水竞争优势分析 96

第四节 恒大冰泉矿泉水 96

一、恒大冰泉矿泉水介绍 96

二、恒大冰泉的生产工艺 97

三、恒大冰泉矿泉水产品卖点 97

四、恒大冰泉进入爆发期 98

第七章 中国矿泉水重点企业经营状况分析 99

第一节 西藏5100水资源控股有限公司 99

一、企业概况 99

二、企业产品情况分析 99

三、企业矿泉水产能情况 100

四、企业经营情况分析 100

五、企业经济指标分析 101

六、企业盈利能力分析 101

七、企业偿债能力分析 102

八、企业运营能力分析	102
九、企业成本费用分析	102
第二节 青岛崂山矿泉水有限公司	103
一、企业发展基本情况	103
二、企业主要产品分析	104
三、企业生产能力分析	104
四、企业主要经济指标	105
五、企业经营效益分析	105
六、企业成本费用分析	106
第三节 昆仑山矿泉水有限公司	106
一、企业发展基本情况	106
三、昆仑山矿泉水产能情况	107
三、企业主要经济指标	107
四、企业经营效益分析	108
五、企业成本费用分析	108
第四节 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司	109
一、企业发展基本情况	109
二、企业主要产品分析	109
三、企业主要经济指标	109
四、企业经营效益分析	110
五、企业成本费用分析	110
第五节 深圳达能益力泉饮品有限公司	111
一、企业发展基本情况	111
二、企业主要产品分析	112
三、企业主要经济指标	112
四、企业经营效益分析	113
五、企业成本费用分析	113
第六节 山东百脉矿泉水有限责任公司	114
一、企业发展基本情况	114
二、企业主要经济指标	114
三、企业经营效益分析	115
四、企业成本费用分析	115

第七节 海口椰树矿泉水有限公司 116

一、企业发展基本情况 116

二、企业主要经济指标 116

三、企业经营效益分析 117

四、企业成本费用分析 117

第八章 2014-2019年中国高端矿泉水市场前景分析 119

第一节 2014-2019年中国矿泉水市场前景分析 119

一、中国天然矿泉水市场前景广阔 119

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场 119

三、中国矿泉水的消费市场潜力分析 120

第二节 2014-2019年中国高端矿泉水发展方向 121

第三节 2014-2019年中国高端矿泉水市场预测分析 121

一、2014-2019年矿泉水零售规模预测 121

二、2014-2019年高端矿泉水零售量预测 122

三、2014-2019年高端矿泉水零售额预测 122

第九章 博思数据关于高端矿泉水投资前景分析 124

第一节 2014-2019年中国高端矿泉水投资潜力分析 124

一、高端矿泉水行业吸引力分析 124

二、高端矿泉水市场增长动力分析 124

三、高端矿泉水区域投资潜力分析 125

第二节 2014-2019年中国高端矿泉水投资风险分析 125

一、市场竞争风险 125

二、水质风险分析 125

三、产品替代风险 126

四、分销渠道风险 126

第三节 中国高端矿泉水投资策略分析 127

第四节 中国高端矿泉水进入壁垒分析 127

一、品牌建立 127

二、水源稀少 128

三、团购客户关系 128

- 四、建立经销网络 128
- 五、建立物流网络 128
- 第五节 中国高端矿泉水市场开发策略分析 129
 - 一、发展战略分析 129
 - 二、营销策略分析 130
 - 三、品牌开发策略 131
 - 四、渠道选择策略 132

图表目录

- 图表 1 按矿泉水的酸碱性分 11
- 图表 2 北京市矿泉水资源类型及占有资源量 18
- 图表 3 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 26
- 图表 4 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 26
- 图表 5 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 27
- 图表 6 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 28
- 图表 7 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 28
- 图表 8 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 30
- 图表 9 美国国家一级饮用水规程 31
- 图表 10 美国国家二级饮用水规程 36
- 图表 11 欧盟饮用水水质指令微生物学参数 38
- 图表 12 欧盟饮用水水质指令用于瓶装或桶装饮用水的指标 38
- 图表 13 欧盟饮用水水质指令化学物质参数 38
- 图表 14 欧盟饮用水水质指示参数 40
- 图表 15 2008-2013年中国人口总量增长趋势图 46
- 图表 16 2013年中国人口数量及其构成情况统计 46
- 图表 17 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 47
- 图表 18 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 48
- 图表 19 2009-2013年中国包装饮用水产量统计 49
- 图表 20 2009-2013年中国包装饮用水产量增长趋势图 49
- 图表 21 2008-2013年中国瓶装水人均开支统计 50
- 图表 22 2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济指标统计 51
- 图表 23 2008-2013年中国矿泉水行业零售规模统计 53

图表 24 中国矿泉水主要生产企业 54

图表 25 2013年中国矿泉水主要品牌份额统计 55

图表 26 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造企业数量变化趋势图 56

图表 27 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产总额统计 56

图表 28 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产变化趋势图 57

图表 29 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入统计 57

图表 30 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入变化趋势图 58

图表 31 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额统计 58

图表 32 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润变化趋势图 59

图表 33 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产负债率情况 59

图表 34 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业毛利率情况 60

图表 35 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用利润率情况 60

图表 36 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售利润率情况 61

图表 37 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产利润率情况 61

图表 38 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业应收账款周转率情况 62

图表 39 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业流动资产周转率情况 62

图表 40 2010-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总资产周转率情况 62

图表 41 中国主要高端矿泉水品牌水源地及特性对比分析 71

图表 42 中国主要高端矿泉水品牌产品价格对比分析 71

图表 43 中国高端矿泉水消费群体属性调查分析 73

图表 44 不同年龄段对着高端矿泉水消费目的对比分析 73

图表 45 高端矿泉水消费者消费心理情况 74

图表 46 高端矿泉水消费者选择品牌影响因素调查 74

图表 47 高端矿泉水消费者品牌获知途径调查 75

图表 48 高端矿泉水消费者购买场所调查 75

图表 49 消费者对高端矿泉水的认知程度比例 76

图表 50 消费者对高端瓶装水品牌的认知程度调查 77

图表 51 消费者高端瓶装水购买情况调查 77

图表 52 消费者对高端矿泉水价格的认知比例 78

图表 53 2008-2013年中国高端瓶装矿泉水零售量统计 82

图表 54 2008-2013年中国高端瓶装矿泉水零售额统计 83

图表 55 依云产品系列 89

图表 56 依云主要产品规格 90

图表 57 5100西藏冰川矿泉水产品规格及特点分析 93

图表 58 2010-2013年西藏冰川5100矿泉水销量 93

图表 59 2010-2013年西藏冰川5100矿泉水产能情况 100

图表 60 2013年西藏5100水资源控股有限公司分行业情况表 100

图表 61 2013年西藏5100水资源控股有限公司业务结构情况 101

图表 62 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司收入与利润统计 101

图表 63 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司资产与负债统计 101

图表 64 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司盈利能力情况 102

图表 65 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司偿债能力情况 102

图表 66 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司运营能力情况 102

图表 67 2010-2013年西藏5100水资源控股有限公司成本费用统计 103

图表 68 2013年西藏5100水资源控股有限公司成本费用结构图 103

图表 69 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况 104

图表 70 青岛崂山矿泉水有限公司瓶装水产品系列 104

图表 71 青岛崂山矿泉水有限公司资产及负债统计 105

图表 72 青岛崂山矿泉水有限公司收入及利润情况 105

图表 73 青岛崂山矿泉水有限公司资产负债率情况 105

图表 74 青岛崂山矿泉水有限公司盈利能力指标 106

图表 75 青岛崂山矿泉水有限公司成本费用情况 106

图表 76 昆仑山矿泉水有限公司基本情况 107

图表 77 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产及负债统计 107

图表 78 昆仑山矿泉水有限公司收入及利润情况 108

图表 79 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产负债率情况 108

图表 80 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司盈利能力指标 108

图表 81 昆仑山矿泉水有限公司成本费用情况 108

图表 82 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司矿泉水系列产品规格 109

图表 83 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产及负债统计 110

图表 84 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司收入及利润情况 110

图表 85 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产负债率情况 110

图表 86 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司盈利能力指标 110

图表 87 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司成本费用情况 111

图表 88 深圳达能益力泉饮品有限公司基本情况	112
图表 89 深圳达能益力泉饮品有限公司主要产品规格	112
图表 90 深圳达能益力泉饮品有限公司资产及负债统计	112
图表 91 深圳达能益力泉饮品有限公司收入及利润情况	113
图表 92 深圳达能益力泉饮品有限公司资产负债率情况	113
图表 93 深圳达能益力泉饮品有限公司盈利能力指标	113
图表 94 深圳达能益力泉饮品有限公司成本费用情况	113
图表 95 山东百脉矿泉水有限责任公司资产及负债统计	114
图表 96 山东百脉矿泉水有限责任公司收入及利润情况	114
图表 97 山东百脉矿泉水有限责任公司资产负债率情况	115
图表 98 山东百脉矿泉水有限责任公司盈利能力指标	115
图表 99 山东百脉矿泉水有限责任公司成本费用情况	115
图表 100 山东百脉矿泉水有限责任公司成本费用结构	116
图表 101 海口椰树矿泉水有限公司基本情况	116
图表 102 海口椰树矿泉水有限公司资产及负债统计	117
图表 103 海口椰树矿泉水有限公司收入及利润情况	117
图表 104 海口椰树矿泉水有限公司资产负债率情况	117
图表 105 海口椰树矿泉水有限公司盈利能力指标	117
图表 106 海口椰树矿泉水有限公司成本费用情况	118
图表 107 2014-2019年中国矿泉水零售额预测趋势图	122
图表 108 2014-2019年中国高端矿泉水零售量预测趋势图	122
图表 109 2014-2019年中国高端矿泉水零售额预测趋势图	123

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1407/R91894LRNW.html>